
MOTIF PUBLIK BERKONTRIBUSI DALAM RUBRIK JURNALISME WARGA KORAN HARIAN SOLOPOS TAHUN 2018

Oleh : Vira Rahmadina

Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Informatika

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Email: rahmadinavira9@gmail.com

Abstract;

Citizen journalism is a development of the journalistic world that allows consumers to create their own news media. The development is also adopted by Solopos through the rubric of Citizen Journalism. With their Rubric Citizen journalism is expected Solopos newspaper will be a public space as it has aspired by Habermas. Reality is what will be appointed by the researchers about how citizen journalist motivation in sending the news on Solopos daily newspaper as well as how the practice of public space on the rubric of citizen journalism Solopos daily newspaper. In this study, researchers used the theory proposed by Maslow's motivation as well as public spaces Jürgen Habermas's theory to analyze the problems researchers used a qualitative research method with descriptive approach. Data collection techniques with in-depth interviews and documentation. As for the sample using purposive sampling by taking six citizen journalistic criteria senders delivered news intents with the number of items of more than 25 news, was the shipment of 12-15 news and news rarely with 1-4 posts in one year. The second criterion is willing and capable of being informants of the study. Broadly speaking, the results of this study showed that of the five motivational hierarchy proposed by Maslow, there are two motivations citizen journalist in sending the news that the motive for rewards and motives of self-actualization.

Kata Kunci: *citizen journalism, Motive, Public Spaces, Mass media*

A. PENDAHULUAN

Industri media di Indonesia saat ini sudah semakin berkembang terlebih setelah berakhirnya masa orde baru. Banyak koran-koran bermunculan saat orde baru tergantikan masa reformasi, bahkan menurut catatan dewan pers sejak tahun 2001 terdapat sekitar 2000 perusahaan media cetak di Indonesia (Jurnal Dewan Pers, 2017). Ditengah banyaknya perusahaan media cetak masih terdapat beberapa masalah yang dialami oleh berbagai perusahaan tersebut, diantaranya terus menurunnya jumlah pembaca dari media cetak, permasalahan itu tidak hanya dialami oleh perusahaan di Indonesia saja namun juga di beberapa negara di antara Amerika Serikat, Inggris dan Jepang. Seperti yang dikemukakan oleh OECD (*Organisation for Economic Co-operation and Development*) tahun 2010, sekitar 20 dari 30 negara yang tergabung dalam OECD dihadapkan dengan menurunnya pembaca

koran, yang dari tahun 2004 sampai 2009 turun 34% di Amerika Serikat, 22% di Inggris, dan 18% di Jepang. Hal ini juga berlaku di pasar surat kabar Denmark yang nilainya pada saat penelitian diperkirakan € 540 juta (Anna B.holm, 2013).

Seiring dengan perkembangan dunia jurnalistik kini jurnalistik di Indonesia juga telah mengenal sebuah jurnalisme baru yang biasa disebut *Citizen journalism* atau lebih dikenal dengan jurnalisme warga. Jurnalisme Warga sendiri sering diartikan sebagai berita yang dibuat oleh masyarakat yang tidak memiliki latar belakang dunia jurnalistik dan dikirimkan pada media massa (Kurniawan, 2007). Jurnalisme warga mulai dikenal di Indonesia pada tahun 2000 dipelopori oleh stasiun radio Elshinta yang hingga kini telah memiliki lebih dari 100.000 reporter warga. Keberhasilan stasiun radio Elshinta ini bahkan mengungguli situs jurnalisme warga milik Korea Selatan, Ohmynews yang hanya memiliki sekitar 40.000 reporter warga (Kurniawan, 2007). Kelahiran *citizen journalism* diperkuat oleh kekecewaan warga akan pemberitaan di *mainstream media* yang sarat kepentingan politik dan ekonomi.

Jurnalisme publik merupakan perwujudan visi demokratisasi komunikasi yang secara aplikatif dikemukakan oleh Habermas dalam bukunya yang berjudul “Ruang Publik: Sebuah Kajian Tentang Masyarakat Borjuis”(1989) mengatakan bahwa : “Hak informasi masyarakat seperti dalam gagasan *Public Sphere* adalah hak untuk mencari, memakai, menggunakan, membuat secara bebas, informasi apapun yang diinginkan, dalam sebuah ruang publik yang terbuka dimana masing-masing kedudukan pihak – pihak tersebut adalah setara”. Berdasarkan hubungan tersebut, Murdock dan Golding (dalam Salawu, 2012) berpendapat bahwa sistem komunikasi dan informasi harus memiliki dua ciri utama. Pada tingkat produksi, ia harus menawarkan keberagaman dan menyediakan umpan balik dan kemungkinan partisipasi bagi khalayak. Pada tingkat konsumsi ia harus dapat menjamin akses universal orang terhadap lembaga komunikasi terlepas dari penghasilan dan tempat tinggal orang. Persoalannya, belum ada sistem pengorganisasian institusi komunikasi yang paling sempurna bagi perwujudan kewarganegaraan secara maksimal.

Dalam pelaksanaannya *citizen journalism* Terdapat 6 kategori yaitu: (1) Partisipasi pendengar (seperti komentar pengguna melekat pada berita, blog pribadi, foto atau rekaman video yang diambil dari kamera ponsel pribadi, atau berita lokal yang ditulis oleh warga masyarakat), (2) berita independen dan informasi Website (Consumer Reports, Drudge

Report), (3) Full-fl bermata situs berita partisipatif (OhmyNews), (4) Kolaborasi dan iuran situs media (Slashdot, Kuro5hin), (5) jenis lain dari ' 'media yang tipis"(mailing list, newsletter email), dan (6) situs penyiaran Pribadi (situs broadcast video seperti KenRadio).

Shayne Bowman dan Chris Willis, (2003) dalam bukunya *We Media: How Audiences are Shaping the Future of News Information* mengungkapkan *citizen journalism* adalah jurnalisme partisipatif yang berasal dari tindakan warga, atau kelompok warga yang berperan aktif dalam proses pengumpulan, pelaporan, analisis, penyebaran berita, dan informasi. Maksud dari partisipasi ini adalah untuk memberikan informasi yang independen, dapat diandalkan, akurat, luas dan relevan sesuai dengan kebutuhan demokrasi. Melihat tren jurnalisme warga yang semakin berkembang akhirnya mendorong para media utama untuk ikut menyediakan saluran khusus jurnalisme warga. Seperti contohnya Kompasiana.com milik Kompas.com, Citizen6 milik portal berita liputan6.com, NET.CJ yang dimiliki oleh NET.Tv. Jurnalisme Warga tidak hanya dimiliki oleh media online dan penyiaran saja, bahkan saat ini media cetak juga telah banyak menyediakan kolom untuk jurnalisme warga sebagai ruang publik. Salah satu contohnya adalah rubrik Jurnalisme Warga yang dimiliki oleh Koran Harian SoloPos.

SoloPos menjadi salah satu surat kabar harian yang dimiliki kota Solo yang menyajikan berita di eks-karesidenan Surakarta mulai dari Klaten, Surakarta, Sukoharjo, Sragen, hingga Wonogiri. Sejak pertengahan tahun 2016 Koran Harian Solopos mulai memuat berita yang diproduksi oleh masyarakat biasa (pewarta warga atau *citizen journalist*). Berita tersebut diperoleh dari kiriman para *citizen journalist* melalui aplikasi *whatssapp*. Inovasi pada rubrik tersebut diberi nama dengan Jurnalisme Warga. Jurnalisme warga adalah sebuah ruang bagi publik pada Koran harian SoloPos yang mengajak warga untuk ikut terlibat dalam menyebarkan sebuah informasi yang ada disekitar mereka yang berbentuk foto dan disertai dengan keterangan tulisan.

Rubrik Jurnalisme warga Solopos telah ada sejak pertengahan tahun 2016 dan berada dibawah tanggung jawab Pimpinan Redaksi (Pimred) Solopos yaitu Suwarwin. Rubrik ini mengangkat berita yang dikirim oleh masyarakat non-jurnalis disekitar eks-karesiden Surakarta mulai dari Sragen, Surakarta, Boyolali, Klaten, Sukoharjo, dan Wonogiri. Biasanya tema yang dikirim pada rubrik tersebut berisi lomba, kemacetan, kecelakaan, event, dan lain-

lain. Menurut wawancara yang dilakukan dengan pihak Solopos rubrik ini berhasil menyita perhatian masyarakat yang dibuktikan dengan kiriman berita yang mencapai 50 berita perharinya.

Namun tidak semua berita yang dikirim oleh publik dapat diterbitkan, setiap hari hanya sekitar lima hingga sepuluh berita kiriman publik yang layak diterbitkan setelah melalui seleksi tim redaksi Solopos. Abu nadhif selaku redaktur pelaksana koran harian Solopos juga menambahkan bahwa rubrik jurnalisme warga ini memiliki peran untuk mengakomodir solopos dalam berkoneksi dengan masyarakat agar membangun relasi secara baik dengan masyarakat karna tidak jarang info dari jurnalisme warga itu menjadi liputan mendalam bagi Solopos, jadi warga bisa menjadi informan awal liputan. Hal ini juga dilakukan oleh CNN dalam jurnal Sienkiewicz (2014) CNN mengakui bahwa berita yang ditulis oleh iReportnya (Jurnalis Warga yang tergabung dalam CNN) kadang-kadang secara eksklusif menjadi bahan berita yang akan diterbitkan atau ditayangkan. Hal tersebut menyebabkan mengapa 80 persen wartawan di Inggris tidak merasa peran mereka berada di bawah ancaman. Mereka beranggapan bahwa wartawan profesional dan jurnalis warga memainkan peran yang berbeda (Canter, 2009).

Salah satu contoh pesan yang dimuat pada rubrik jurnalisme warga adalah tulisan Arry Wibowo dari Kartasura yang menuliskan “Dalam Rangka Hari Raya Idul Adha 1439 H, panitia dan jamaah musholla As-salam, bersama warga perum pondok baru permai RT 007 dan 009 RW 002, Makamhaji melaksanakan penyembelihan hewan Qurban, Rabu (22/8). Adapun jumlah hewan Qurban terdiri atas 3 ekor sapi dan 10 ekor kambing” disertai keterangan foto. Konsep ini menunjukkan bahwa pembaca tidak hanya sebagai obyek tetapi sekaligus menjadi subjek dalam pemberitaan dengan cara mengirimkan berita-berita yang mereka dapat secara sukarela.

Dalam perspektif komunikasi terdapat istilah komunikator atau orang yang menyampaikan pesan, dalam menyampaikan pesan tentu seseorang tersebut memiliki motivasi tertentu. Menurut Abraham Maslow motivasi (dalam Bowman dan Willis, 2003) adalah sebuah alasan yang menjadi dasar seseorang melakukan sebuah tindakan. Berbeda dengan pengertian motivasi yang selama ini dikenal luas oleh masyarakat yang mengartikan motivasi sebagai semangat dalam melakukan sesuatu. Konsep teori menjelaskan bahwa

kebutuhan manusia dapat disusun dalam suatu hirarki dari yang terendah sampai tertinggi. Seseorang akan didorong untuk memenuhi kebutuhan yang paling kuat sesuai waktu, keadaan, dan pengalaman yang bersangkutan mengikuti suatu hirarki. Dalam tingkatan ini kebutuhan yang terendah harus dipenuhi terlebih dahulu lalu selanjutnya pada tingkatan kebutuhan yang lebih tinggi. Maslow mengatakan kebutuhan dasar manusia memiliki lima tingkatan. Tingkatan ini memiliki struktur seperti piramida yang dimulai dari tingkat bawah yang juga dikenal hirarki kebutuhan maslow. Kebutuhan tersebut dimulai dari tingkatan yang terbawah yaitu kebutuhan biologis hingga motif psikologi yang lebih kompleks.

Kebutuhan yang lebih tinggi akan terpenuhi jika seseorang telah menyelesaikan paling tidak setengah dari kebutuhan sebelumnya (Maslow dalam Bowman dan Willis, 2003). Hirarki tersebut terdiri dari : pertama, Kebutuhan yang bersifat fisiologis (lahiriyah) kebutuhan ini mencakup tiga hal pokok, sandang, pangan, papan. Teori ini bisa dikatakan sebagai sesuatu yang mendasari seseorang untuk mendapatkan kebutuhan. Kedua, Kebutuhan keamanan dan keselamatan kerja (*Safety Needs*) adalah kebutuhan yang mengarah kepada rasa kamanan, ketentraman, dan jaminan seseorang terhadap kedudukannya, jabatan dan wewenang serta tanggung jawab sebagai karyawan. Ketiga, Kebutuhansosial (*Sosial Needs*) adalah kebutuhan yang terkait dengan kasih sayang dan bersahabat (kerjasama). Kebutuhan akan diikutsertakan untuk meningkatkan relasi dengan pihak-pihak yang memiliki kepentingan dan menumbuhkan rasa kebersamaan dalam organisasi.

Keempat, Kebutuhan akan prestasi (*Esteem Needs*) adalah kebutuhan akan jabatan dan promosi dibidang pekerjaan. Kebutuhan akan simbol-simbol status sosial serta pretise yang ditonjolkan dalam kehidupannya sehari-hari. Kelima, Kebutuhan Aktualisasi Diri adalah setiap orang yang ingin mengembangkan kapasitas kerjanya dengan baik. Kebutuhan ini merupakan bentuk dari kemampuan kerja yang nampak padahal-hal yang sesuai untuk mencapai citra diri seseorang.

Jurnalisme Warga merupakan salah satu kewajiban dari pers untuk berperan aktif dalam membangun ruang publik yang sehat dan memungkinkan masyarakat untuk mengakses serta berbagi informasi sehingga bisa menjadi arena dalam munculnya setiap gagasan. Jurgen Habermas (dalam Supriyadi 2017) menganalisis bahwa perkembangan pers selalu terjadi seiring berkembangnya ruang publik. Ruang publik (*public sphere*) merupakan sebuah ruang

yang mudah diakses tanpa batas, bebas dari tekanan kekuasaan negara dan ekonomi, dimana warga negara melakukan pembicaraan politik guna mewujudkan suatu kesepakatan bersama terkait dengan kepentingan umum yang lebih luas.

Konsep dasar ruang publik ini terungkap dari pemikiran Habermas (Arditama 2016). Ruang publik merupakan “tempat” untuk berkomunikasi sebagai elemen pembentuk kehidupan sosial (*life-world*) yang bersandar pada rasionalitas komunikatif anggota masyarakat. Setidaknya terdapat empat “elemen” penting dalam ruang publik, yaitu: hadirnya *private persons*, *use of reason*, *need articulation*, dan *public opinion*. Jadi, debat politik dalam acara televisi (*TV debates*) maupun pada program dialog pada program *current affairs* merupakan upaya untuk merealisasikan elemen-elemen penting tersebut. Media massa hanyalah salah satu dari bentuk ruang publik modern. Dunia dimana opini publik akan terbentuk menurut Habermas (Arditama 2016), pada awalnya bermula dari perkembangan kelas borjuis pada abad ke-16 dan -17 di Inggris, Jerman, dan Prancis. Ruang publik pada masa itu berupa balai kota, warung kopi, salon, dan pada akhirnya ditemukan *newsletter* dari para penguasa atau pedagang.

Menurut Nasrullah (2012) Terdapat tiga kriteria yang bisa dipakai untuk mengantarkan kita memahami mengenai Ruang publik. Kriteria pertama adalah pengabaian terhadap status (*disregard of status*) atau dengan kata lain menjauhi diskusi kritis tentang status. Ruang publik tidaklah memperkarakan keinginan Persamaan status dengan otoritas yang berkuasa mengungkapkan atau mengkritisi sebuah realitas. Bukan pula upaya untuk menciptakan publik yang setara di kafe, salon, atau diantara anggota perkumpulan. Ruang publik lebih menekankan adanya ide-ide yang terlambangkan dan mendapatkan klaim Secara obyektif sehingga dapat diterima oleh publik secara luas kemudian terealisasikan, minimal ide tersebut melekat secara sadar di benak publik.

Kriteria kedua adalah fokus pada *domain of common concern*, bahwa realitas historis menempatkan adanya beberapa domain yang hanya dikuasai penafsirannya oleh otoritas yang berkuasa dan oleh kalangan gereja. Padahal domain tersebut bisa dibincangkan dan melibatkan publik secara lebih luas. Filsafat, seni, dan sastra yang diklaim hanya boleh diinterpretasikan dan menjadi kewenangan eksklusif dalam hal publisitas oleh kalangan gereja, menjadi sesuatu yang bisa diakses oleh publik. Karya-karya tersebut bukan lagi berada

dalam kebutuhan untuk bisa diakses, melainkan sudah menjadi komoditas yang diperdagangkan oleh industri. Distribusi karya-karya tersebut yang menjadi bahan dalam diskusi kritis yang terjadi di ruang publik. Interpretasi menjadi lebih beragam dan bisa berasal dari siapa saja dalam anggota ruang publik tersebut.

Kriteria terakhir adalah inklusif (*inclusivity*). Bahwa betapapun eksklusifnya publik dalam kasus tertentu akan tetapi dalam ruang publik ia menjadi bagian dari kelompok kecil tersebut. Ide-ide yang muncul dalam perdebatan khusus mereka pada dasarnya bukan menjadi milik mutlak anggota ruang publik, melainkan ketika disebarkan melalui media publik dapat pula mengaksesnya. Isu-isu yang diangkat sebagai bahan diskusi menjadi lebih umum karena setiap orang bisa mengakses sumber-sumber yang terkait dengan isu tersebut. Setiap orang pada dasarnya di ruang publik itu menemukan dirinya bukan sebagai publik itu sendiri, melainkan seolah-olah menjadi apa juru bicara dan bahkan mungkin sebagai guru dari apa yang dikatakan sebagai publik itu sendiri yang menurut Habermas sebagai perwakilan atau bentuk baru representasi borjuis.

Penelitian mengenai *Citizen Journalism* sebelumnya juga pernah diteliti oleh Febri (2003) yang berjudul *Motivasi Terhadap Compose New Tweet* pada Jejaring Sosial *Twitter*, penelitian tersebut membahas mengenai motivasi dalam menulis tweet pada sosial media *twitter*. yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada subjek penelitian, penelitian ini memilih subjek pada citizen journalist rubrik Jurnalisme Warga Koran Harian Solopos sedangkan penelitian terdahulu mengambil subjek pada pengguna sosial media *twitter*. Persamaan dari kedua penelitian ini adalah sama-sama membahas mengenai motivasi dengan menggunakan teori hirarki motivasi yang dikemukakan oleh Maslow.

Merujuk dari teori yang dikemukakan oleh Maslow tersebut setiap manusia pasti memiliki motivasi dalam melakukan sesuatu hal termasuk citizen journalist dalam mengirimkan berita di Rubrik jurnalisme warga koran harian Solopos, hal ini kemudian menjadi lebih menarik untuk meneliti motivasi para *citizen journalist* krena rubrik jurnalisme warga ini bersifat sukarela, artinya tidak akan ada *reward* yang diberikan oleh solopos ketika para *citizen journalist* mengirim berita di Rubrik Jurnalisme warga. Sehingga penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui motivasi publik dalam mengirimkan berita pada rubrik

jurnalisme warga koran harian Solopos dalam rangka mengembangkan motivasi warga dalam mengirim berita di rubrik jurnalisme warga dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif.

Pertanyaan yang ingin diujikan dalam penelitian ini adalah Bagaimana motivasi publik dalam mengirim berita di rubrik jurnalisme warga Koran Harian Solopos tahun 2018? Serta bagaimana praktik ruang publik pada rubrik Jurnalisme Warga Koran Harian Solopos?

B. PEMBAHASAN

1. Rubrik Jurnalisme Warga Koran Harian Solopos

Rubrik Jurnalisme Warga adalah sebuah upaya yang dilakukan oleh koran harian solopos untuk berkomunikasi dengan para pembacanya. Abu Nadif selaku redaktur pelaksana koran solopos mengatakan pentingnya membangun relasi secara baik dengan para pembaca agar ada rasa memiliki dari masyarakat, selain itu laporan para warga dirubrik jurnalisme warga sering kali juga menjadi bahan liputan yang mendalam bagi para reporter koran Solopos. Solopos berusaha mengakomodir kebutuhan akan ekspresi masyarakat lebih banyak, tidak hanya melalui rubrik opini saja. Melalui rubrik Jurnalisme Warga masyarakat umum juga diberi kesempatan untuk membuat dan mengirimkan mengenai kegiatan dilingkungan mereka. meskipun bersifat sukarela rubrik ini menyita begitu banyak perhatian pembaca, hal ini dibuktikan dengan pengirim berita yang perharinya bisa mencapai 50 kiriman.

Abu Nadif selaku Redaktur pelaksana solopos menjelaskan, berita yang dibuat oleh warga tidak secara otomatis dipublikasikan, namun akan melalui tahap editing yang dilakukan oleh pihak Solopos. Editor akan memotong berita jika jumlah kalimat yang ditulis melebihi ketentuan Solopos, Selain itu editor juga akan membenarkan komposisi kalimat yang kurang tepat menurut editor. Pada tahap ini editor tidak akan menerbitkan artikel yang tidak memenuhi persyaratan berita layak terbit. Namun pada tahap editing pihak Solopos tidak mengikutsertakan para Citizen Journalist dan hanya sesuai dengan kebijakan redaksional tim Redaktur Solopos. Bima maulana RH, sebagai informan 2 mengatakan bahwa dia tidak dilibatkan dalam proses editing berita, ia juga menambahkan bahwa beritanya pernah dipotong oleh pihak Solopos.

“Pernah dicut juga satu kali kalo nggak salah, Cuma isinya nggak dirubah” (Bima, informan 2)

Citizen Journalist mengaku memilih media Solopos karena Solopos dianggap sebagai media yang paling besar di Solo sehingga memiliki jangkauan pembaca yang luas, bahasa yang tidak terlalu kaku sehingga mudah diterima pembacanya.

“Alasan memilih medianya Solopos adalah karena yang paling familiar dengan warga Solo itu adalah Solopos...yang paling mengena dan bahasanya itu elegan...mayoritas dari media yang paling mampu membaca masyarakat Solo saat ini adalah Solopos, bahasanya ringan tapi,,tapi,,,tidak,,, apa tetap berkualitas” (Jatmiko, informan5).

Menurut McQuail (2011) mengungkapkan preferensi masyarakat pada media berkaitan dengan performa media. Secara struktural memiliki akses ke berbagai sumber-sumber informasi, jaringan yang luas dan senantiasa memiliki tema yang bervariasi. Kebebasan media dalam menyampaikan sebuah informasi tentu akan memberikan publik informasi yang benar dan akurat. Menurut Baden (dalam Harahap, 2017) masyarakat memilih menggunakan sebuah media karena media tersebut memberikan informasi yang mereka butuhkan. Berita yang dibutuhkan dan dicari oleh masyarakat adalah berita penting untuk menjalani kehidupan mereka, karena itu sudah seharusnya media menyajikan berita yang perlu untuk diketahui masyarakat umum. Kriteria informasi yang telah diuraikan diatas merupakan faktor-faktor yang digunakan masyarakat untuk memilih media yang akan digunakan.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa ada dua motivasi yang melatarbelakangi publik dalam mengirimkan berita pada rubrik Jurnalisme Warga Koran Harian Solopos yaitu Rubrik Jurnalisme Warga sebagai Publikasi dan Rubrik Jurnalisme Warga sebagai tempat aktualisasi diri.

2. Motivasi Citizen Journalist Untuk Publikasi Instansi

Dalam wawancara dengan narasumber juga diketahui bahwa mereka mengirim berita agar organisasi atau instansi tempat mereka bekerja memiliki citra positif dan dikenal oleh masyarakat luas, citizen journalist yang memiliki latar belakang tersebut berasal dari profesi Humas yang menjalankan perannya untuk membentuk citra positif perusahaan dimata publik dan yang kedua adalah informan yang ingin agar lingkungan tempat tinggal dan aktifitasnya diketahui oleh masyarakat luas. Selain Humas yang ingin agar instansi mereka memiliki citra positif, ada juga masyarakat biasa yang mengirimkan berita agar lingkungan dan berbagai aktifitas mereka dikenal oleh para pembaca koran

Solopos. Seperti yang dikatakan oleh jatmiko informan yang juga menjadi Humas di SD Muhammadiyah 1 Ketelan.

“Karna kan hajat kami mengirim kesolopos itu untuk mempublikasikan sekolah kami” (Jatmiko, informan 5).

Dalam teori motivasi yang dikemukakan oleh maslow motivasi ini masuk kedalam motivasi Kebutuhan akan prestasi (Esteem Needs), Kebutuhan akan penghargaan ini mencakup faktor penghormatan internal seperti harga diri, otonomi, prestasi dan faktor eksternal seperti status, pengakuan dan perhatian.

Seorang Humas perlu menjalin hubungan yang baik dengan media massa, hal ini karena media massa memiliki peran sebagai saluran dalam penyampaian pesan, media massa juga memiliki kemampuan dalam menciptakan publikasi yang cukup tinggi (Ruslan dalam Satlita 2005). Aktifitas Humas dalam mempublikasikan suatu pesan atau informasi ini disebut juga *media Relation*, tujuan dari media relation sendiri selain untuk menyebarkan informasi juga untuk membuat citra baik serta pemahaman publik mengenai perusahaan ataupun organisasi (Ruslan dalam Satlita 2005).



Gambar 3.2.1 Berita narasumber yangtelah terbit di Rubrik Jurnalisme Warga

Pada gambar 3.2.1 tersebut berisi berita mengenai imunisasi yang diadakan oleh SD Muhammadiyah 1 Solo, pada berita tersebut terlihat bahwa SD Muhammadiyah 1 ingin menyampaikan bahwa sekolah mereka sangat memfasilitasi kesehatan para siswanya sehingga bisa dikenal dan memunculkan *image* positif dikalangan masyarakat. sesuai dengan keterangan yang disampaikan oleh Jatmiko, informan mengirim berita ingin agar

instansi mereka dinilai positif dan dikenal oleh masyarakat melalui berita yang mereka tulis dalam rubrik Jurnalisme Warga. Selain mereka yang ingin membranding instansi tempat kerja mereka, penggunaan Rubrik Jurnalisme Warga Sebagai tempat publikasi juga diisi oleh mereka yang ingin agar lingkungan tempat tinggal dan berbagai aktifitasnya diketahui oleh masyarakat luas, seperti yang diungkapkan informan 4.

“Saya mengirim berita itu untuk sharing-sharing mengenai acara saya di desa seperti acara karang taruna, acara di kampus atau event-event yang saya jadi panitianya. Tapi paling sering acara di desa mbak seperti acara halal bihal itu” (Ferdian Achsani, informan 4).

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sjafiie (2012) yang menjelaskan bahwa Orang-orang memiliki keinginan untuk berpartisipasi dan mengirimkan laporan mereka ke koran. Partisipasi ini bersifat sukarela, tanpa honor apapun. Orang akan merasa senang jika laporan mereka diterbitkan di surat kabar dan dibaca oleh orang lain karena masyarakat mereka menjadi populer. Namun, masih banyak orang yang tidak tahu bagaimana menulis berita atau laporan dan cara mengirim mereka ke media.



Gambar 3.2.2 Berita narasumber yang telah terbit di Rubrik Jurnalisme Warga

Gambar 3.2.2 adalah salah satu berita kiriman *Citizen Journalist*, dari hasil analisis peneliti berita tersebut belum memenuhi kaidah penulisan jurnalistik karena belum terpenuhinya salah satu unsur 5W+1H yaitu belum adanya unsur ‘why’ pada berita. Informan mengatakan bahwa mereka tidak terlalu paham mengenai standart penulisan jurnalistik yang benar. Mereka hanya menulis apa yang dilihatnya atau sesuai pengalaman mereka saja lalu mengirimkannya ke rubrik Jurnalisme Warga agar orang lain mengetahui apa yang terjadi di lingkungannya.

Ketidakpahaman atas jurnalistik ini disebabkan karena mereka tidak memiliki latar belakang jurnalistik, untuk itu Solopos memiliki standart yang berbeda untuk masyarakat umum dan wartawan profesional. Abu Nadif selaku redaktur pelaksana solopos menjelaskan bahwa secara struktur berita yang ditulis oleh publik dan wartawan memang hampir sama yakni harus memuat unsur 5w+1H , namun untuk *news valuenya* berbeda. Untuk wartawan profesional harus ‘layak berita’ dan ‘layak muat’ namun untuk jurnalisme warga cukup dengan ‘layak berita’.

Dari penelitian dan juga pemaparan informasi diatas dapat diketahui bahwa mayoritas publik mengirimkan berita di rubrik Jurnalisme warga adalah ingin membuat lingkungannya dikenal oleh masyarakat baik itu tempat kerja maupun lingkungan tempat tinggal. Jika merujuk pada hirarki motivasi Maslow pada buku *We Media: How audiences are shaping the future of news and information* (2003) kebutuhan akan penghargaan ini berada pada urutan ke-empat, maslow mengatakan bahwa kebutuhan ini bisa dipenuhi setelah ketiga hirarki kebutuhan diatasnya telah dipenuhi. Maslow juga mengatakan bahwa kebutuhan akan penghargaan ini tidak wajib dipenuhi oleh setiap individu.

3. Motivasi Untuk Mengasah Kemampuan Menulis

Dari hasil penelitian dan wawancara pada narasumber diketahui bahwa mereka menggunakan Rubrik Jurnalisme Warga sebagai aktualisasi diri untuk mengembangkan kemampuan mereka dalam menulis serta menunjukkan kemampuan dan potensi yang mereka miliki, seperti yang dikatakan oleh informan Dewi Sri Hastuti dan Bima Maulana RH.

“Saya kan juga konsentrasinya humas mbak jadi sekalian belajar untuk membuat release dan publikasi dimedia” (Dewi Sri Hastuti, informan 1)

Hal yang sama juga diungkapkan oleh informan 2 yang mengatakan bahwa, ia mengirimkan berita untuk berlatih menulis berita dan menjadi reporter.

“Jadi awalnya tuh gini mbak, aku baca koran solopos trus aku pengen peristiwa yang aku alami dimuat dimedia. Selain itu aku latar belakangnya juga ikut fiesta radio, fiesta radio itu radio fakultas dan disitu juga saya sebagai reporter jadi sekalian untuk mengasah skill tulisan saya disitu” (Bima Maulana RH, informan2)

Pernyataan dari informan tersebut sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Maslow (Dalam Firsani, 2015) yang menjelaskan bahwa aktualisasi diri berkaitan dengan proses pengembangan akan potensi yang sesungguhnya dari seseorang. Pembentukan motivasi oleh para citizen journalist dalam memenuhi kebutuhan aktualisasi diri ini dimulai saat mereka merasa bahwa keterampilan yang mereka miliki harus tersalurkan agar dapat bermanfaat dan berguna bagi orang lain, dalam hal ini adalah informasi yang mereka buat dan mereka kirimkan kepada Solopos akan dapat membuka peluang yang baru (Bowen dan Willis, 2003).



Gambar 3.3.1 Berita narasumber yang telah terbit di Rubrik Jurnalisme Warga.

Gambar 3.3.1 merupakan contoh berita yang berisikan tentang kegiatan mahasiswa komunikasi IAIN Surakarta dalam menyambut Ramadhan, berita tersebut dikirimkan oleh informan sebagai media belajar membuat *press release* sesuai dengan bidang kuliah yang sedang informan pelajari yaitu bidang *Public Relation*. Selain untuk lahan belajar membuat *press release* informan mengatakan jika ia juga tertarik dengan dunia jurnalistik, jadi Rubrik jurnalisme warga juga sebagai tempatnya mempublikasikan berita-berita yang ia buat agar dapat dibaca oleh khalayak.

“saya sangat tertarik dengan dunia jurnalistik... dan solopos menjadi salah satu media mengembangkan keterampilan dibidang jurnalistik, tanpa media cetak kita tidak punya lahan untuk publikasi karya kita” (Dewi Ayu Sri Hastuti, informan 1).

Kebutuhan aktualisasi diri ini juga digunakan untuk menunjukkan kemampuan, keahlian dan potensi yang dimiliki oleh seseorang. Meskipun berkaitan dengan kemampuan atau keahlian seseorang pihak Solopos tetap membedakan antara berita yang ditulis oleh wartawan profesional dan citizen journalist, redaktur pelaksana Solopos, Abu Nadif, Menjelaskan “berbeda dengan wartawan profesional, kami mengakomodasi lebih

ke informasi-informasi yang bersifat sosial. Karena kasus hukum meniscayakan verifikasi dan konfirmasi itu yang belum terjadi pada jurnalisme warga” jadi artikel yang ditulis oleh publik harus laporan dasar yang tidak memerlukan chek dan recheck terlebih dahulu. Jadi berita yang ditulis oleh citizen journalist adalah berita lunak yang menceritakan berbagai aktivitas publik.



Gambar 3.3.2 Berita narasumber yang telah terbit di Rubrik Jurnalisme Warga.

Gambar 3.3.2 merupakan contoh berita kiriman dari *citizen journalist* dengan tema-tema berita yang lunak, pada berita terbut berisi mengenai kegiatan remaja masjid yang sedang mengadakan acara. Jadi, pada berita tersebut tidak memerlukan verifikasi lanjutan, bahkan pada berita tersebut *citizen journalist* tidak melibatkan sesi wawancara karena ia juga berperan sebagai panitia acara dan memahami mengenai jalannya acara, seperti yang dikemukakan oleh informan Dewi Sri Hastuti dan Bima Maulana RH.

“Biasanya itu yang saya tulis kayak ada event-event kampus, seperti rapat atau penghargaan dan acara-acara radio fakultas” (Bima Maulana RH, informan 2).

Sementara itu Dewi Sri Hastuti sebagai informan 2 juga mengatakan hal yang sama, ia mengirimkan berita terkait even-event yang dibuat oleh kepanitiaan yang diikutinya.

“Dulu pernah ngirim terkait event yang saya buat terus dulu juga pernah saya magang di pemerintahan klaten lalu ada event dan kemudian coba saya kirimkan ke jurnalisme warga juga...” (Dewi Ayu Sri Hastuti, informan 2).

Informan 1 dan 2 juga mengatakan mereka mengirimkan berita mengenai acara yang mereka sendiri terlibat didalam acara tersebut, hal ini menunjukk bahwa narasumber tidak secara rutin mencari berita-berita lain diluar acara yang mereka buat.

Dari hasil pemaparan di atas menunjukkan bahwa *citizen journalist* yang mengirimkan berita dengan intensitas jarang memiliki motif untuk memenuhi kebutuhan aktualisasi diri yang disampaikan melalui rubrik Jurnalisme warga untuk mengembangkan potensi menulis serta melatih kemampuan dibidang jurnalistik agar lebih menguasai dan menjadi media untuk berlatih.

Tingkat kebutuhan ini masuk kedalam kebutuhan akan aktualisasi diri, kebutuhan ini berada pada urutan terendah pada hirarki motivasi menurut maslow. Maslow dalam buku *We Media: How audiences are shaping the future of news and information* (2003) mengatakan bahwa kebutuhan akan aktualisasi diri adalah Kemampuan untuk mengambil peran komunitas dan mengembangkan keterampilan untuk membuka peluang yang baru, untuk itu jika kebutuhan ini tidak terpenuhi tidak akan berdampak besar bagi setiap individu.

4. **Praktik Ruang Publik dalam rubrik Jurnalisme Warga Koran Harian Solopos**

Beberapa indikator ruang publik terdapat pada pengakuan pengelola, ketika diwawancarai pihak Solopos mendefinisikan ruang publik benar-benar coba dihadirkan dalam rubrik Jurnalisme Warga Koran Harian Solopos. Indikator tersebut bisa dilihat dari kebebasan kepada siapapun untuk mengirimkan berita, Solopos juga membebaskan tema yang ingin dikirimkan oleh para *Citizen journalist*. Namun dalam kenyataan dilapangan pihak Solopos juga melakukan seleksi terhadap berita yang dikirimkan oleh para *citizen journalist*. Seperti yang disampaikan oleh Jatmiko.

“tapi dari solopos juga sudah disampaikan, kalo beritanya sering muncul langsung ditutup tidak dikeluarkan lagi. Tapi kalo kita menulis diluar sekolah ini itu akan lolos” (jatismiko, informan 5).

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Suharno informan 3 yang mengatakan bahwa tidak semua berita yang ia kirimkan dapat terbit, namun harus melalui seleksi dari redaktur.

“saya paling tidak ya sudah diatas 20 lah (mengirimkan berita), ada yang terbit ada yang tidak, tergantung redaktornya” (Surhono, informan 3)

Seleksi berita ini merupakan hal yang wajar dibidang bisnis Surat kabar, hal ini tidak hanya terjadi di Solopos saja, bahkan Tribun Jogja pun juga melakukan hal yang sama terkait Rubrik *Citizen journalism*nya. Hal ini dilakukan agar berita yang terbit memiliki kualitas yang baik dan juga menyesuaikan dengan kolom yang ada.

Berbeda dengan jurnalisme warga yang berdiri secara independent atau tidak mengikut dengan media lain, disana para *citizen journalist* bisa dengan bebas menyampaikan cerita ataupun gagasan tanpa melalui seleksi tim redaktur. Jurnalisme warga pada media konvensional tidak bisa se-ideal jika dibandingkan dengan prinsip jurnalisme yang berdiri secara independen dan seperti yang dicita-citakan oleh Habermas pada teori ruang publik (dalam Nugraha 2018) menjelaskan bahwa ruang publik (*public sphere*) merupakan sebuah ruang yang mudah diakses tanpa batas, bebas dari tekanan kekuasaan negara dan ekonomi, dimana warga negara melakukan pembicaraan politik guna mewujudkan suatu kesepakatan bersama terkait dengan kepentingan umum yang lebih luas. Rubrik jurnalisme warga merupakan salah satu ruang publik yang disediakan oleh koran harian Solopos untuk saling bertukar informasi.

Namun dalam praktiknya berita-berita yang dimuat di dalam Rubrik Jurnalisme Warga mayoritas belum memenuhi fungsi ruang publik yang dikemukakan oleh Habermas diatas. Habermas (dalam Nasrullah, 2012) menjelaskan bahwa *public sphere* harus memiliki beberapa kriteria, pertama adalah pengabaian terhadap status (*disregard of status*) atau lebih tepatnya menjauhi diskusi kritis tentang status. Ruang publik tidaklah memperkarakan keinginan Persamaan status dengan otoritas yang berkuasa mengungkapkan atau mengkritisi, tetapi adanya kesempatan yang sama dalam sebuah realitas. Pada kriteria pertama ini rubrik Jurnalisme Warga memenuhi syarat sebagai ruang publik karna setiap warga karesidenan Surakarta bebas untuk mengirimkan berita kepada koran Harian Solopos. Seperti yang dikatakan oleh Redaktur pelaksana Solopos, Abu Nadif

“ *semua warga Solo dan sekitarnya bebas mengirimkan berita tanpa terkecuali, yang penting tulisannya memenuhi syarat untuk dimuat*”. (Abu Nadif, Redaktur pelaksana Solopos)

Kriteria kedua yang harus dimiliki media massa sebagai ruang publik menurut Habermas adalah fokus pada *domain of common concern* artinya tema tersebut bisa

dibincangkan dan melibatkan publik secara lebih luas. Sedangkan hasil penelitian yang ada pada rubrik jurnalisme Warga Solopos tema-tema yang diterbitkan disaring oleh tim editor dari Solopos. Menurut wawancara dengan pihak Redaktur pelaksana Solopos, Abu Nadif mengatakan bahwa tema-tema yang diambil dari berita *citizen journalist* adalah berita ringan yang tidak memerlukan konfirmasi lebih lanjut seperti berita pada event instansi. Sehingga bisa disimpulkan bahwa tema berita Jurnalisme Warga Solopos dibatasi oleh tim redaktur, maka perbincangan atau diskusi yang melibatkan publik luas pun juga ikut terbatas.

Kriteria ketiga adalah inklusif (*inclusivity*) maksudnya adalah betapapun eksklusifnya publik dalam kasus tertentu akan tetapi dalam ruang publik ia menjadi bagian dari kelompok kecil tersebut. Ide-ide yang muncul dalam perdebatan khusus mereka pada dasarnya bukan Menjadi milik mutlak anggota ruang publik, melainkan ketika disebarkan melalui Media publik dapat pula mengaksesnya.



Gambar 3.4.1 Berita narasumber yang telah terbit di Rubrik Jurnalisme Warga.

Gambar 3.4.1 berisi berita mengenai kegiatan siswa MAN 1 Boyolali yang mengadakan kunjungan di Bali, kunjungan tersebut dalam rangka untuk memberi edukasi tersebut dalam rangka menanamkan jiwa edukasi dan menambah wawasan siswa tentang madrasah khususnya di kota Bali. Dari gambar tersebut menunjukkan bahwa berita yang ada rubrik Jurnalisme Warga cenderung eksklusif atau hanya dibutuhkan oleh kalangan tertentu, sehingga tidak bisa menjadi diskusi dikalangan masyarakat luas. Hal ini menunjukkan bahwa rubrik Jurnalisme Warga belum memenuhi syarat sebagai ruang publik seperti yang dicita-citakan oleh Habermas.

Dalam penelitian juga terlihat ketidak konsistenan Solopos dalam menyediakan jumlah *space* rubrik yang disediakan setiap harinya. Seperti yang dikatakan oleh Redaktur pelaksana Solopos Abu Nadif yang menjelaskan bahwa Rubrik jurnalisme warga yang disediakan Solopos perharinya selalu berubah-ubah menyesuaikan *space* ruang yang tersedia. Hal ini senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Astuti (2018) yang mengatakan pada rubrik Jurnalisme warga ini memang memiliki beberapa keterbatasan, terlebih jika iklan yang masuk pada meja redaksi terhitung banyak, maka berita yang akan dikalahkan adalah berita yang tidak menghasilkan keuntungan seperti jurnalisme warga yang bersifat *free charger*. Dari pemaparan diatas dapat diketahui bahwa Rubrik Jurnalisme Warga belum memenuhi dua kriteria ruang publik yang dikemukakan oleh Habermas, yaitu *domain of common concern* dan berita yang tidak bersifat inklusif. Melihat fenomena yang demikian menunjukkan bahwa pada akhirnya rubik Journalisme warga ini hanya sebagai rubrik pelengkap untuk menarik konsumen dengan dalih menyesuaikan perkembangan zaman. Namun dari itu semua Solopos layak diberikan apresiasi karna satu-satunya Koran di Solo yang menyediakan ruang bagi *Citizen journalist* untuk mempublikasikan karya mereka.

C. KESIMPULAN

Dalam penelitian ini motif yang mendorong publik dalam mengirimkan berita pada rubrik Jurnalisme Warga koran Solopos adalah kebutuhan akan prestasi dan kebutuhan aktualisasi diri. Kebutuhan akan prestasi ini didominasi oleh *citizen journalist* yang mengirimkan berita dengan intensitas yang tinggi hingga sedang, mereka mengirimkan berita dengan tujuan agar organisasi ataupun event yang mereka buat dikenal oleh luas oleh masyarakat. Sedangkan motif yang kedua adalah motif aktualisasi diri, motif ini didominasi oleh pengirim yang mengirimkan berita dengan intensitas jarang, mereka mengirimkan berita dengan tujuan agar melatih skill dalam menulis atau berlatih dalam dunia jurnalistik.

Peneliti juga menemukan ketidaksesuaian antara teori mengenai ruang publik yang dikemukakan oleh Habermas dan praktik dilapangan oleh rubrik jurnalisme warga koran harian Solopos. Masih banyak *Citizen journalist* yang memanfaatkan rubrik ini untuk menceritakan realitas diri para *Citizen Journalist* itu sendiri tanpa menanti reaksi dari audience selain itu mudahnya akses untuk masuk ke dalam Rubrik Jurnalisme Warga tidak

banyak dari mereka yang melakukan perbincangan rasional dan memberikan manfaat bagi masyarakat umum karena isi dari rubrik ini termasuk dalam kategori berita ringan. Selain itu rubrik Jurnalisme juga belum memenuhi dua kriteria sebagai ruang publik yaitu tidak bersifat *domain of common concern* dan inklusif.

Saran untuk peneliti selanjutnya agar dapat melakukan penelitian terhadap kredibilitas berita yang dihasilkan oleh para *citizen journalist*. Serta mengungkap lebih dalam mengenai praktik produksi berita yang dibuat oleh citizen journalist pada rubrik Jurnalisme Warga koran harian Solopos.

KEPUSTAKAAN

- Anna B. Holm *, F. G. (2013). Openness in Innovation and Business models: Lessons From Newspaper Industry. *Int. J. Manajemen Teknologi*, 329.
- Ardhitama, E. (2016). Mengkaji Ruang Publik dari Perspektif Kuasa: Fenomena Kemenangan Aktor. *Indonesian Political Science Review*, 72-74.
- Astuti, Y. D. (2018). Eksistensi Public Sphere Dalam Media Mainstream: Studi pada Rubrik Citizen Journalism Tribun Yogyakarta. *UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*, 233-248.
- Canter, L. (2003). The Source, the Resource and the Collaborator: The Role Of Citizen Journalism in Local UK Newspaper. *Sheffield Hallam University, UK*, 20.
- Febri Sulistya Purnama, E. S. (2013). Motivasi Terhadap Compose New Twett pada Jejaring Sosial Twitter. *Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta Fakultas Psikologi*, 31-37.
- Firsani, S. S. (2019). Analisis Motivasi Kerja Pegawai Pada Program Pascasarjana Universitas Tadulako. *e-Jurnal Katalogis*, 111-112.
- Habermas, J. (1989). *Ruang Publik: Sebuah Kajian Tentang Kategori Masyarakat Borjuis*. (Y. Santoso, Penerj.) Yogyakarta: Kreasi Wacana Yogyakarta.
- Harahap, H. (2017). Preferensi Media Masyarakat Jabodetabek. *Fikom Universitas Esa Unggul*, 44-48.
- Harsono, A. (2016). *Agama Saya Adalah Jurnalistik*. Yogyakarta: PT kanisius.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Kurniawan, M. N. (2007). Jurnalisme Warga di Indonesia, Prospek dan Tantangannya. *Jakarta Post*, 8.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Nasrullah, R. (2012). Internet dan Ruang Publik Virtual, Sebuah Refleksi Atas Teori Ruang Publik Habermas. *Jurnal Komunikator*, 36.
- Nugraha, D. R. (2018). Implementasi Ruang Publik Dalam Fanspage Facebook Info Cegatan Solo. *journal ilmiah mahasiswa fakultas komunikasi dan informatika universitas muhammadiyah surakarta*, 15.
- Pers, d. (2017). Menunggu Wujud Nyata Kemerdekaan Pers. *jurnal dewan pers*, 8.
- Rachmiate, Y. Y. (2006). Komitmen Wartawan Terhadap Jurnalistik Publik. *mimbar*, 89.
- Salawu, A. (2013). Access, local language and public sphere: Phone-in R/TV programme as a platform for citizen journalism in a Nigerian election. *telematics and informatics*, 272.

- Satlita, L. (2003). Aktivitas public Relation Dalam Rangka Menjalin Hubungan Baik Dengan Media Massa. *jurnal kajian ilmu admis=nistrasi*, 49-51.
- Sjafiie, R. R. (2012). Citizen Journalism in Newspaper(Case study in Local Newspaper “Suara Merdeka”). *Respati University of Yogyakarta, Indonesia*, , 12.
- Supriyadi, Y. (2017). Relasi Ruang Publik Dan Pers Menurut Habermas . *Kajian Jurnalisme*, 4-18.
- Walgito, P. D. (2010). *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta.
- Willis, S. B. (2003). *we media How audiences are shaping the future of news and information*. california: <http://www.hypergene.net/wemedia/>.